

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian, maka diperoleh hasil yang dirangkum sebagai berikut :

1. *Social media marketing* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *brand image* Kopi Kenangan di kota Padang
2. *Social media marketing* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *brand love* Kopi Kenangan di kota Padang
3. *Brand image* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *brand love* Kopi Kenangan di kota Padang
4. *Social media marketing* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *brand love* dengan *brand image* sebagai variabel mediasi pada Kopi Kenangan di kota Padang.
5. Berdasarkan prosedur analisis mediasi dalam SEM-PLS Dengan Metode signifikansi path coefficient menunjukkan bahwa baik pengaruh langsung dan tidak langsung semuanya setelah dinyatakan signifikan mempunyai koefisien arah yang sama dengan arah positif sehingga dapat diambil kesimpulan bahwa bentuk mediasinya adalah *Complementary mediation* (mediasi komplementer) berbentuk *partial mediation* (mediasi parsial)

5.2 Saran

Beberapa hal yang dapat direkomendasikan yaitu :

1. Kopi Kenangan di Kota Padang disarankan untuk untuk meningkatkan *social media marketing* terutama pada dimensi WOM dari segi keinginan konsumen untuk mengunggah konten dari instagram Kopi Kenangan ke instagram sendiri, dengan cara :
 - a. Gerai Kopi Kenangan di Kota Padang diharapkan untuk lebih gencar mempergunakan *social media marketing* melalui instagramnya dengan sering mengupdate postingan baik dalam berbentuk foto maupun video reel mengai kopi kenangan di kota padang bukan secara general seperti postingan yang hampir sama pada halaman Instagram outlet cabang kopi kenangan lainnya sehingga konsumen tertarik terhadap informasi dari konten Instagram tersebut serta mengunggah kontennya.
 - b. Agar media sosial instagram Kopi Kenangan di Kota Padang ini menyenangkan maka sebaiknya mengimbangi antara postingan yang menggunakan foto dengan video reel sehingga konsumen tidak salah dalam mempersepsikan tampilan postingan foto dengan keadaan yang sebenarnya di Kopi Kenangan di Kota Padang
 - c. Konten yang dibagikan pada media sosial instagram Kopi Kenangan di Kota Padang sebaiknya lebih beragam tidak hanya sebatas foto produk makanan / minuman yang dijual saja, bisa ditambahkan konten promosi aatau review menu.

2. Beberapa upaya penting yang harus dilakukan Kopi Kenangan di Kota Padang untuk meningkatkan *brand image* adalah dengan cara meningkatkan kemampuan konsumen untuk memprediksi kinerja Kopi Kenangan yang diinginkan konsumen dengan cara:
 1. Penyedia jasa mampu untuk membuat konsumennya mau mencoba berbagai produk makanan/minuman yang dijual agar tidak berfokus pada menu tertentu saja.
 2. Selanjutnya untuk peningkatan *brand image* kopi kenangan di kota padang mungkin dapat menampilkan perjalanan kopi kenangan dari berdiri hingga sekarang melalui konten postingan sehingga konsumen tahu pengalaman kopi kenangan itu sudah bagaimana serta apa saja yang sudah diperoleh Kopi kenangan dari segi *brand image* menurut penilaian konsumennya secara menyeluruh